



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

ORD.: N° 1700/132 /

ANT.: Ley 21.640 de Presupuestos
Sector Público año 2024, Partida
20 Capítulo 01 Programa 01,
Glosa 08

MAT.: Remite Informe Trimestral

Santiago, 29 de julio de 2024

DE : DIRECTORA DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

A : SEGÚN DISTRIBUCIÓN

Junto con saludar y conforme a lo dispuesto en la Ley de Presupuestos N°21.640 para el año 2024, se envía información correspondiente a :

LEY DE PRESUPUESTOS N°21.640, PARTIDA MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO.

Glosa 08

"La Secretaría General de Gobierno informará trimestralmente a la Comisión especial Mixta de Presupuestos de todas las campañas comunicacionales llevadas a cabo por cualquier organismo público financiado con cargo a la presente ley, sus características, objetivos y montos de recursos comprometidos, Igualmente deberá indicar el trabajo que realiza a través de redes sociales para la difusión de las mismas".

Lo saluda cordialmente,



NATALIE VIDAL DUARTE
DIRECTORA
DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



PUY/PCO/RMA/poa

Distribución:

1. Sr. Presidente Comisión Especial Mixta de Presupuestos.
2. Sra. Secretaria Comisión Especial Mixta de Presupuestos.
3. Sr. Presidente. Comisión Hacienda Cámara del Senado.
4. Sra. Secretaria Comisión Hacienda Cámara del Senado.
5. Sr. Presidente Comisión Hacienda Cámara de Diputados.
6. Sra. Abogada Secretaria Comisión Hacienda Cámara de Diputados.
7. Biblioteca del Congreso Nacional
8. Sra. Subsecretaria General de Gobierno MSGG.
9. Dirección DAF
10. Departamento de Administración y Finanzas MSGG.
11. Central de Documentación.

Reg. 4484-2

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Unidad de Fondos

II TRIMESTRE AÑO 2024

MEMORÁNDUM N° 360/471

A : PATRICIO QUIROGA ORTEGA
JEFE DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

DE : ANA MARÍA CÁCERES MENA
JEFA UNIDAD DE FONDOS CONCURSABLES

REF./ANT. : MEMO N°360/185 (Glosa 08)

MAT. : Cumplimiento Informe Trimestral de actividades de programas

FECHA : 19 de julio de 2024

Junto con saludar y en relación al memorándum indicado en Ref. (360/185), es que se informa respecto de lo solicitado en la Glosa 08: *“La Secretaría general de Gobierno informará trimestralmente a la Comisión especial Mixta de presupuestos de todas las campañas comunicacionales llevadas a cabo por cualquier organismo público financiado con cargo a la presente ley, sus características, objetivos y montos de recursos comprometidos. Igualmente deberá indicar el trabajo que realiza a través de redes sociales para la difusión de las mismas”*.

En este sentido es necesario señalar que tanto para el Fondo de Medios de Comunicación Social Regionales, provinciales y comunales (FFMCS), así como para el Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones de Interés Público (FFOIP), se realiza un proceso de difusión una vez que se publican las bases de ambos concursos. Es por lo anterior que la estrategia de comunicaciones contempla para el desarrollo de difusión de los Fondos y de los procesos de elección de consejeros y consejeras del FFOIP, de acuerdo a:

1. Implementar un **plan de comunicación digital**, a través de los canales institucionales, con miras a promover las postulaciones tanto al FFOIP, como al FFMCS. Publicación activa en las distintas en los diversos canales institucionales, tales como las páginas web, redes sociales y mailing. Consideración material gráfico como infografías y/o videos que contengan información sobre plazos, requisitos, formulación de proyectos, etc. Esto constaría de la difusión mediante canales digitales institucionales (páginas web y redes sociales).
2. Desarrollar un **plan de capacitaciones fortalecido**, mediante la presencia en los diversos territorios, el uso de herramientas tecnológicas y la articulación con diversos actores estatales relevantes.
3. Llevar a cabo un **plan de medios** que considere la publicación en diversos tipos de medios de comunicación, para dar a conocer el lanzamiento de ambos concursos, por medio de la contratación del servicio a través de licitación pública. El desarrollo de la estrategia de comunicación será elaborado con miras a fortalecer la difusión y capacitación realizada con motivo de los concursos, promoviendo uso de las herramientas comunicacionales disponibles y la generación de alianzas estratégicas con diversos entes estatales que permitan llegar a distintos territorios. Se requiere por tanto la contratación del servicio de planificación y ejecución de plan de medios para promover y difundir la apertura programas FFOIP y FFMCS 2024, promoviendo las postulaciones a estos fondos; además de llamar a las organizaciones a participar en la elección (votación) de candidatos/as a consejeros/as FFOIP.

Nombre campaña
Difusión proceso elección de consejeros/as FFOIP
Difusión Concurso 2024- Fondo de Medios (FFMCS)
Difusión Concurso 2024- Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)

La agencia deberá desarrollar tres planes de medios, los que serán ejecutados en distintos momentos del año. El plan de medios deberá contemplar una estrategia que nos permita llegar a cada público específico por campaña.

- **Descripción del servicio**

El servicio consiste en tres planes de medios, diferenciados, para la promoción de las postulaciones a los fondos que administra el Ministerio Secretaría General de Gobierno; y a participar de las elecciones de los consejos FFOIP:



- **Públicos objetivos:**

Concurso FFMCS:

Medios de comunicación, -reconocidos o no, por su respectivo organismo competente-, de alcance local, regional y comunal. Soporte impreso, radio, TV o web. Se consideran tanto medios comunitarios, como públicos y comerciales.

<https://catastromediosregionales.msgg.gob.cl/>

Concurso FFOIP y votaciones Catastro OIP:

Organizaciones de Interés Público, cuya finalidad es la promoción del interés general en materia de derechos ciudadanos, asistencia social, educación, salud, medio ambiente o cualquiera otra de bien común, en especial las que recurren al voluntariado, y que estén inscritas en el Catastro. Son parte del Catastro de Organizaciones de Interés Público, por el sólo Ministerio de La Ley: 1. Ley N°19.418, Sobre juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias. (Organizaciones territoriales y funcionales); 2. Ley N°19.253, Sobre protección, fomento y desarrollo de los indígenas, y crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena. (Asociaciones y Comunidades Indígenas); 3. Ley N°19.496, Sobre protección de los derechos de los consumidores (Asociaciones de Consumidores). Para las demás organizaciones (Corporaciones, Fundaciones, ONG, etc.), es el Consejo Nacional del Fondo el responsable de reconocer la calidad de interés público, realizar las inscripciones y eliminaciones correspondientes en el catastro y, además, de reconocer la calidad de organización de voluntariado para quienes así lo soliciten. <https://catastro-oip.msgg.gob.cl/index.php#>

- **Objetivos**

Para efectos de esta licitación, se tendrá en cuenta objetivos generales y específicos diferenciados, dada las especificidades de cada campaña:

A. FFMCS:

General:

Promover las postulaciones al Fondo de Medios de Comunicación Social (FFMC), mediante publicaciones en medios de comunicación y redes sociales.

Específicos:

- Fomentar las postulaciones al concurso FFMCS 2024, incentivando el tráfico a la web www.fondos.gob.cl.
- Informar acerca de la apertura, requisitos y condiciones de postulación al concurso FFMCS 2024, derivando tráfico al sitio www.fondodemedios.gob.cl para información sobre Bases del concurso.
- Releva, la importancia del FFMCS respecto de los medios de comunicación social locales, regionales mediante publicación de material audiovisual, promoviendo su alcance en redes sociales y sitios web ministeriales.
- Informar a los medios regionales, provinciales y comunales no formalizados acerca de los requisitos de postulación, con miras a que estos formalicen sus actividades y puedan postular en futuros concursos incentivando el tráfico al sitio www.fondodemedios.gob.cl donde se alojan las Bases del concurso.

B. FFOIP:

General:

Promover las postulaciones al Fondo de Medios de Comunicación Social (FFMC), mediante publicaciones en medios de comunicación y redes sociales.

Específicos:

- Fomentar las postulaciones al concurso FFOIP 2024, incentivando el tráfico a la web www.fondos.gob.cl.
- Informar acerca de la apertura, requisitos y condiciones de postulación al concurso FFOIP 2024, derivando tráfico al sitio www.fondodefortalecimiento.gob.cl para conocimiento sobre las Bases del concurso.

- Relevar, la importancia del FFOIP para las organizaciones sociales y respecto de la participación ciudadana, mediante publicación de material audiovisual, promoviendo su alcance en redes sociales y sitios web ministeriales.
- Informar a las organizaciones sociales no inscritas en el Catastro OIP acerca de los requisitos de postulación, con miras a que estos formalicen sus actividades y puedan postular en futuros concursos incentivando el tráfico al sitio www.fondodefortalecimiento.gob.cl donde se alojan las Bases del concurso.

C. Elecciones consejos FFOIP:

General:

Promover la participación en las votaciones para el proceso eleccionario de consejeros/as FFOIP 2024-2026, mediante publicaciones en medios de comunicación y redes sociales.

Específicos:

- Fomentar las votaciones en la elección de consejeros/as FFOIP mediante la derivación de tráfico a la web votaciones.msgg.gob.cl.
- Incentivar la participación en las elecciones mediante publicaciones en prensa y radio, con énfasis en los territorios con menor participación en procesos eleccionarios anteriores.
- Relevar la importancia de las elecciones de consejeros/as FFOIP en la participación ciudadana, promoviendo el alcance de publicaciones en redes sociales y sitios web ministeriales.

Publicaciones por campaña:

Campaña	Presupuesto	Tipo campaña
Difusión proceso elección de consejeros/as FFOIP	\$20.000.000	1 publicación en diario nacional (3 hitos) 16 publicaciones en diarios regionales (1 por región, para los 3 hitos)
Difusión Concurso 2024-Fondo de Medios (FFMCS)	\$20.000.000	Impresa (nacional) Radial Digital
Difusión Concurso 2024-Fondo de Fortalecimiento (FFOIP)	\$15.000.000	Impresa (nacional) Radial Digital

- Resultados esperados y evaluación:

Sin perjuicio de los verificadores que se soliciten por bases, la agencia deberá proporcionar un informe detallado del alcance de las publicaciones realizadas (aparición en prensa, radio, métricas redes sociales), que permitirán obtener indicadores para la evaluación de los objetivos de la campaña, además de futuros procesos de difusión.

Para el caso de los concursos, se espera lograr una cobertura nacional, mediante una publicación en prensa y radio. Por su parte, respecto de la publicación en medios digitales, estas deberían permitir redirigir a las páginas web relativas a cada fondo y/o a portal de postulación/elecciones.

Para el caso de redes sociales, se espera poder contar con un informe de las publicaciones, que además incluya las métricas en cada una de ellas, dando cuenta de alcance, impresiones, tasa de amplificación, reproducciones, u otros relevantes).

- Verificadores redes sociales:





MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

División Organizaciones Sociales

II TRIMESTRE AÑO 2024



MEMORÁNDUM Nº 360/482

DE : IGNACIO ACHURRA DÍAZ
DIRECTOR DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES

A : PATRICIO QUIROGA ORTEGA
JEFE DEPARTAMENTO DE FINANZAS

MATERIA : Glosa 08 de la Partida 20 de la ley de Presupuestos N°21.640 año 2024

FECHA : 23/07/2024

Por medio del presente y en relación al Segundo Informe Trimestral de la ejecución programática de la División de Organizaciones Sociales año 2024, informo a Ud. Que nuestra División no contempla la ejecución de acciones en materia que señala la glosa 08 del Presupuesto, por lo que toda información remitida en el informe señalado se enmarca dentro de lo requerido por las Glosas 05 y 06.

Lo anterior para su conocimiento e información,



IGNACIO ACHURRA DÍAZ
DIRECTOR
DIVISIÓN DE ORGANIZACIONES SOCIALES

VMW/NHA/DIS/MCH
c.c.

- Central de Documentación
- Archivo Dirección DOS
- Unidad Control del Cumplimiento de la Gestión



MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO

GLOSA 08

CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Secretaria de Comunicaciones

II TRIMESTRE AÑO 2024

GLOSA 08 / INFORME TRIMESTRAL DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Ministerio	Subsecretaría o servicio	Nombre de la campaña	N° de licitación	OC	Tipo de compra	Objetivo de la Campaña	Periodo de ejecución	Inversión bruta	Plataforma de Redes sociales
Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	Instituto Nacional de Estadísticas	CAMPAÑA EN TERRENO DEL CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2024	NI	NI	NI	IMPRESIÓN LOGOS, PENDONES, VOLANTES Y AFICHES PARA OPERATIVOS EN TERRENO	2° Trimestre	\$ 41.347.748	
Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	Instituto Nacional de Estadísticas	CAMPAÑA COMUNICACIONAL DEL CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2024	NI	96631740-X DITTBORN Y	NI	SERVICIO DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL DEL CENSO DE POBLACION Y VIVENDA 2024	2° Trimestre	\$ 432.857.143	META, YOUTUBE, TIK TOK, ENTRE OTROS
Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala	INDESPA Un Mar de Oportunidades	NA	N°1091793-196-SE24	Trato directo	Diffundir oferta de fondos concursables para pesca artesanal y acuicultura de pequeña escala	2° Trimestre	\$ 2.250.000	META
Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	SERNATUR Antofagasta	"Antofagasta región, un universo por descubrir"	1868-1-LQ24	1868-10-se24	licitación pública	Aumentar la llegada de turistas de nacionales e internacionales durante la temporada estival 2023-2024 a las 9 comunas de la región de Antofagasta, e incentivar la actividad del turismo intrarregional	2° Trimestre	\$ 85.595.412	META, YOUTUBE Y TIKTOK
Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	Sernatur Los Lagos	WSA CHILE 2024, REGIÓN DE LOS LAGOS	1898-3-LE24	1898-43-SE24	Licitación Pública	Diffusión De evento internacional WSA Chile 2024	2° Trimestre	\$ 22.684.000	META Y GOOGLE
Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	SERNATUR Los Ríos	Visita la cuenca del Ranco	1875-4-LE23	1875-2-SE24	Licitación pública	Romper con la estacionalidad y fomentar la visita turística en invierno	2° Trimestre	\$ 11.084.050	META

Ministerios de Economía, Fomento y Turismo	SERNATUR O'Higgins	Campaña de difusión fiesta de la Vendimia de Colchagua 2024	1871-6-LP 23	1871-2-SE24	Licitación Pública	ALCANCE	2° Trimestre	\$ 15.591.956	META	
Ministerio de Hacienda	Servicio de Impuestos Internos	Microprograma de ayuda al contribuyente – Radio Regionales	TD-953	1605-300-SE23	Trato directo	Informar y educar a la ciudadanía sobre las diversas materias tributarias y la importancia de los impuestos como la principal fuente de ingresos para que el gobierno pueda financiar diversas políticas públicas que beneficien a todas y todos los habitantes del país	2° Trimestre	\$ 49.478.763		
Ministerio de Hacienda	Servicio de Impuestos Internos	Operación Renta	CA-1965	1551-9-AG24	Compra Ágil	Operación Renta difusión.	2° Trimestre	\$ 885.360		
Ministerio del Interior y Seguridad Pública	CARABINEROS DE CHILE, DEPTO. P.6.	SERVICIO DE PLAN DE MEDIOS DIGITALES Y PRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD, ADMISIÓN AÑO 2024, PARA LA ESCUELA DE FORMACIÓN DE CARABINEROS "ALGUACIL MAYOR JUAN GÓMEZ DE	5240-52-LO24	5240-134-SE24	LICITACION PUBLICA	ADMISION 2024 ESCUELA DE FORMACION DE CARABINEROS	2° Trimestre	\$ 14.000.000	Instagram, Facebook, Tik tok, Spotify, twich	
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Elige Vivir Sano	A tu ritmo, Elige Vivir Sano	711841-40-LO23	711841-659-SE23	Licitación	Dar a conocer los beneficios para la salud de adoptar pequeños cambios saludables y de autocuidado a través de la recuperación de prácticas tradicionales en alimentación y actividad física	2° Trimestre	\$ 29.040.854	META, GOOGLE, TIK TOK	El costo total de la campaña fue de \$145.204.266. de los cuales 80% (\$116.163.412) se pagaron en 2023, con presupuesto 2023, quedando el restante 20% (\$29.040.854) que se pagó con presupuesto 2024 en mayo de este año.
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	FOSIS	Postulaciones 2024	527113-1-LE24	OC527113-3-SE24	Licitación	Difundir las postulaciones a los programas de emprendimiento del FOSIS	2° Trimestre	\$ 16.614.780	META	La campaña consideró radios regionales, nacionales, menciones en TV y RRSS.
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	SENAMA	Servicio de plan de medios mes buen trato personas mayores	1300-29-LE24	1300-357-SE24	Licitación	Plan de medios para la difusión de la campaña de sensibilización por el mes del buen trato a las personas mayores	2° Trimestre	\$ 18.425.240	META	
Ministerio de Desarrollo Social y Familia	SENAMA	Plan de medios radial para personas mayores "Asesores Señor"	1078397-32-COT24	1078397-56-AG24	Compra ágil	Difusión del programa Voluntariado País de Mayores para invitar a las personas mayores a participar en esta iniciativa como "Asesores senior"	2° Trimestre	\$ 1.966.642		

Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Subsecretaría de la Niñez	Bienestar de la Niñez	1067455-4-LP-24	1067455-46-SE24	Licitación	Dar a conocer a la ciudadanía los avances de implementación del Sistema de Garantías y Protección Integral de los derechos de la niñez y adolescencia.	2° Trimestre	\$ 119.940.398	META	Campaña ejecutada en 50% con idea creativa entregada.
Ministerio de Salud	Subsecretaría de salud Pública - DIPRECE	CAMPAÑA COMUNICACIONAL DÍA MUNDIAL TBC	757-37-LE24	757-423-SE24	Mediante agencia	Desarrollar una campaña comunicacional para informar a la población sobre la tuberculosis, con motivo del día mundial de la tuberculosis (24 de marzo). Se requiere la producción de frase de radio y plan de medios que incluya redes sociales y radio.	2° Trimestre	\$ 9.749.286	META	
Ministerio de Salud	Subsecretaría de salud Pública - DIPRECE	PLAN DE MEDIOS DE CAMPAÑA ENFERMEDAD DE CHAGAS	757-36-1124	757-506-SE24	Mediante agencia	Diffundir mensajes para concientizar, tanto a la población general como a los equipos clínicos, sobre la existencia del tamizaje y el tratamiento de la enfermedad de Chagas.	2° Trimestre	\$ 2.802.035	META	
Ministerio de Salud	Subsecretaría de Salud Pública - DIPOL	Un Chile Más Sano. ¡Es tu momento de hacerlo real!	757-152-LP23	757-2148-SE23	Licitación Pública	Lograr que las personas se den cuenta de la importancia y le asignen valor positivo a la práctica regular de la actividad física y la alimentación saludable, en el entorno familiar, educacional y laboral.	2° Trimestre	\$ 79.591.026	META, GOOGLE Y TIKTOK	Se informa que se pagó el 70% correspondiente a la primera cuota (fecha de pago 5 junio). La segunda cuota, correspondiente al 30% restante, está próxima a pago (mes julio). La campaña tuvo una duración desde el 05 de abril hasta el 24 de mayo.
Ministerio de Salud	Seremi de Salud Tarapacá	Campaña Comunicacional Prevención y difusión Alerta Anopheles		2270-168-SE23	TRATO DIRECTO	Concientización de la población objetivo en general de la región.	2° Trimestre	\$ 450.000	META	
Ministerio de Salud	Secretaría de salud Coquimbo	Campaña Vacunación contra Influenza	1657-50-LE23	1657-39-SE24	Licitación Pública	Convocar a la población de riesgo a los vacunatorios	2° Trimestre	\$ 59.500		
Ministerio de Salud	Secretaría de salud Coquimbo	Tamizaje Papanicolaou	Compra Agil	1657-46-AG24	Compra Agil	Diffusion de video animado en redes sociales	2° Trimestre	\$ 130.000	META	

Ministerio de Salud	Secretaría de salud Coquimbo	Campaña Control y eliminación tuberculosis	Compra Agil	1657-170-AG24	Compra Agil	Campaña Comunicacional Prog.Tuberculosis	2° Trimestre	\$ 630.251	META	
Ministerio de Salud	Secretaría de Salud Los Lagos	Campaña Consumo de Mariscos en Semana Santa	162-25-LE22	162-96-SE24	Licitacion Publica	Prevenir compra de mariscos en lugares no habilitados	2° Trimestre	\$ 3.195.150		
Ministerio de Salud	Secretaría de Salud Los Lagos	Campaña Invierno 2024	162-25-LE22	162-161-SE24	Licitacion Publica	Prevenir Enfermedades Respiratorias	2° Trimestre	\$ 2.558.500		
Ministerio de Salud	Secretaría de salud Magallanes	“SERVICIO DE GESTIÓN DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL DEL PROGRAMA MAREA ROJA DE LA SEREMI DE SALUD MAGALLANES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA REGION DE MAGALLANES”	2099-8-LE24	2099-87-SE24	Licitacion	Difundir campaña comunicacional de prevención de marea roja con clara identificación local, distribuida territorialmente con amplia diversidad en medios de comunicación de la región de Magallanes y Antártica Chilena	2° Trimestre	\$ 8.559.670	Ejecucion del Servicio se realizo durante los meses de abril y mayo correspondientes al segundo trimestre	
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Campaña preventiva programa marea roja	No aplica	1746-49-AG24	Compra agil	Evitar intoxicaciones por marea roja en litoral de Aysen fomentando el consumo responsable de mariscos certificados 2024 a traves de mensajes radiales preventivos a la comunidad	2° Trimestre	\$ 342.720		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Campaña de prevención y control de hidatidosis en sectores rurales	No aplica	1746-107-AG24	Compra agil	Avisos informativos a la localidad para retiro de antiparasitarios en posta de salud rural valle simpson, y de esta forma prevenir y controlar la hidatidosis deparasitando a sus canes	2° Trimestre	\$ 49.980		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Campaña preventiva programa marea roja	No aplica	1746-75-AG24	Compra agil	Evitar intoxicaciones por marea roja en litoral de Aysen fomentando el consumo responsable de mariscos certificados 2024 a traves de mensajes radiales preventivos a la comunidad	2° Trimestre	\$ 600.236		

Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Campaña Prevención VIH/SIDA e ITS	No aplica	1746-123-AG24	Compra agil	Realizar hito conmemoración del día de Candlelight entregando marcadores de libros a la comunidad a su vez previniendo contagios VIH/SIDA e ITS	2° Trimestre	\$ 55.026		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Campaña de prevención y control de hídatisosis en sectores rurales	No aplica	1746-111-AG24	Compra agil	Difundir impresiones de carnet de control canino a la comunidad en localidad de Chile Chico para mayor control y prevención de propagación hídatisosis.	2° Trimestre	\$ 434.350		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	"Un Aysén más sano"	1746-13-L124	1746-118-SE24	Licitación Pública	Informar a la comunidad a través de programas radiales de la autoridad sanitaria con énfasis en los trabajadores programa salud ocupacional	2° Trimestre	\$ 540.000		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Programas alimentación saludable y actividad física para familias Elige Vivir Sano 2024	No aplica	1746-166-AG24	Compra agil	Formular y ejecutar Plan de trabajo Programa Alimentación Saludable y Actividad Física para familias Elige Vivir Sano 2024, en 5 barrios de las comunas de Coyhaique, Aysén y eventualmente Gualtecas, a ejecutar intersectorialmente el año 2024 a través de pandones informativos	2° Trimestre	\$ 147.800		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Programas alimentación saludable y actividad física para familias Elige Vivir Sano 2024	No aplica	1746-187-AG24	Compra agil	Formular y ejecutar Plan de trabajo Programa Alimentación Saludable y Actividad Física para familias Elige Vivir Sano 2024, en 5 barrios de las comunas de Coyhaique, Aysén y eventualmente Gualtecas, a ejecutar intersectorialmente el año 2024 a través de impresiones informativas	2° Trimestre	\$ 60.690		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	Campaña programa demencia	No aplica	1746-204-AG24	Compra agil	Difusión de factores protectores de demencias a través de material grafico de apoyo para murales en actividades preventivas	2° Trimestre	\$ 49.903		
Ministerio de Salud	SEREMI XI AYSÉN	"Un Aysén más sano"	1746-13-L124	1746-118-SE24	Licitación Pública	Informar a la comunidad a través de programas radiales de la autoridad sanitaria con énfasis en los trabajadores programa salud ocupacional	2° Trimestre	\$ 540.000		

Ministerio de Salud	SEREMI de Salud RM	Cuadernos informativos transmisión Chagas	No aplica	924-224-AG24	Compra Ágil	Informar sobre las formas de transmisión vertical de la enfermedad de Chagas	2° Trimestre	\$ 935.340		
Ministerio de Salud	SEREMI de Salud RM	Arsenal Farmacológico SSMC RE 00094	No aplica	No aplica	Trato Directo	Informar aprobación de arsenal farmacológico en establecimientos de APS	2° Trimestre	\$ 846.900		
Ministerio de Relaciones Exteriores	ProChile	Campaña Aula Virtual	Resolución Exenta N° 03310/2023	1082957-369-SE24	Convenio ProChile	Hacer promoción en redes sociales de los contenidos de Aula Virtual, dar visibilidad a esta herramienta, explicar cómo funciona, a quiénes está dirigido y dónde encuentran mayor información	2° Trimestre	\$ 1.500.000	META, LINKEDIN Y GOOGLE	
Ministerio de Relaciones Exteriores	ProChile	Semana de la Industria	Resolución Exenta N° 03310/2023	1082957-411-SE24	Convenio proChile	Realizar promoción en redes sociales de los contenidos digitales de la Semana de la Industria que se realizará en Santiago y Concepción paralelamente	2° Trimestre	\$ 2.000.000	LINKEDIN	
Ministerio del Interior y Seguridad Pública	Subsecretaría de Prevención del Delito	Campaña comunicacional Denuncia Seguro	654478-11-LR23	654478-78-SE24	Licitación Pública	Dar a conocer, fomentar el uso de los programas y herramientas con las que cuenta el Estado para la prevención del delito.	2° Trimestre	\$ 80.000.000	Facebook Instagram Youtube	Este gasto se comprometió con presupuesto del Programa Lazos, Imputación 01-24-03-114-000
Ministerio del Interior y Seguridad Pública	Subsecretaría de Prevención del Delito	Campaña comunicacional Denuncia Seguro	654478-11-LR23	654478-80-SE24	Licitación Pública	Dar a conocer, fomentar el uso de los programas y herramientas con las que cuenta el Estado para la prevención del delito.	2° Trimestre	\$ 82.784.685	Facebook Instagram Youtube	Este gasto se comprometió con Imputación 01-22-07-001-000